

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Ivana Válková
Název práce	Specifika a účinnost komunikace vizuálních prostředků podpory prodeje
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Josef Kocourek

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	B
2 Nastavení cílů a metod práce	30	C
3 Úroveň teoretické části práce	50	C
4 Úroveň analytické části práce	50	C
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	C
7 Struktura a logika textu	40	B
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	B
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	B
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	C
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,60	C

Připomínky a hodnocení práce:

Teoretická část je zpracována průměrně. Chybí shrnutí teoretických východisek, text působí neuceleně, na některých stránkách se objevuje jen obrázek str. 20 a popisky u obrázku jsou špatně naformátované. Chybí také teoretická východiska pro zvolenou výzkumnou metodu. Seznam literatury není rozdělen na knižní a elektronické zdroje. Na začátku praktické části kvitují sekundární analýzu, která pomáhá k reálnému obrazu na trhu, tak jako netradiční výzkumná metoda v podobě asistovaného nákupu, která se v tomto typu prací objevuje sporadicky. Vyhodnocení zjištěných dat je zpracováno průměrně, chybí větší prostor pro komparaci.

Otázky k obhajobě:

1. V textu se autorka zmiňuje o tzn. „horkém zboží“ (např. str. 44), mohla by u obhajoby vysvětlit tento pojem?
2. Ze sekundární analýzy vyplývá, že 76 % nákupních rozhodnutí vzniká v místě prodeje, což je důležitý fakt. Jak ale v komunikaci přispět k tomu, aby zákazník navštívil právě „náš“ supermarket? Nebo lépe řečeno, preferoval supermarket před ostatními?
3. Jaká jsou zásadní zjištění asistovaného nákupu v komparaci se závěry ze sekundární analýzy?

Ve Zlíně dne 3. 5. 2013

Podpis: